

Komunikator Politik Berdasarkan Teori Generasi

Mirza Shahreza

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang
Email: mirzashahreza@outlook.co.id

ABSTRAK

Pada saat kepentingan umum terganggu oleh sebuah kebijakan atau peraturan yang dibuat oleh sebuah kekuasaan, maka akan terlihat suatu reaksi mulai dari elite politik, kalangan terpelajar, dan juga masyarakat biasa. Ternyata, kita semua bisa berperan sebagai komunikator politik pada saat bereaksi terhadap berita mengenai politik yang muncul di berbagai media massa. Tulisan ini akan melihat pemetaan terhadap komunikator politik berdasarkan teori generasi. Dalam suatu era pasti akan ada beberapa lapisan masyarakat yang dibedakan berdasarkan era atau zaman saat mereka dilahirkan. Trend media dan teknologi yang terus berubah sangat mempengaruhi setiap generasi dalam membangun pola pikir dan tingkah laku politiknya. Begitu pula gaya kepemimpinan dan cara pandang penguasa juga mewarnai setiap generasi. Berdasarkan teori Generasi, ada istilah traditionalist, baby boomers, generasi X, Y, Z dan alpha. Segala sesuatu terutama yang berhubungan dengan perilaku, gaya hidup, profesi, budaya yang sering dikaitkan dengan ciri-ciri dari generasi-generasi tersebut. Teori yang dikemukakan oleh Strauss dan Howe merupakan asumsi yang sangat subjektif. Berdasarkan teori tersebut penulis akan mengadopsi teori Generasi dalam memahami komunikator politik di Indonesia. Tulisan ini adalah sebuah studi literatur yang diperoleh dari berbagai bacaan ilmiah yang diolah dan disusun oleh penulis. Memahami teori generasi dapat membantu untuk mengetahui ciri khas dan cara komunikator politik berkomunikasi, mengkonstruksi pesan lintas generasi yang pada umumnya akan terbelah generasi senior (tua) dan generasi junior (muda).

Kata Kunci: komunikator, politik, teori generasi, media, teknologi.

ABSTRACT

At a time when the public interest is disrupted by a policy or regulation made by a power. Then, there will be a reaction from the political elite, educated, and ordinary people. Apparently, we can all play a role as a political communicator when reacting to news about politics that appear in various mass media. This paper will look at the mapping of political communicators based on generation theory. In an era, there will certainly be several layers of society that are distinguished by the age or the age at which they were born. The ever-changing media and technological trends greatly affect each generation in building their mindset and political behavior. Similarly, leadership styles and rulers' perspective also color every generation. Based on Generation theory, there is the term traditionalist, baby boomers, generation X, Y, Z, and alpha. Everything is primarily related to the behavior, lifestyle, profession, culture that is often associated with the characteristics of those generations. The theory put forward by Strauss and Howe is a very subjective assumption. Based on the theory, the writer will adapt Generasi theory in understanding the political communicator in Indonesia. This paper is a study of literature derived from various scientific readings processed and composed by the author. Understanding the theory of generations can help to identify the characteristics and ways communicators communicate, constructing messages across generations that will generally split the senior (youth) and junior (youth) generation.

Keywords: communicator, politics, generation theory, media, technology.

PENDAHULUAN

Pada saat masa kampanye PILKADA DKI Jakarta 2014, ada fenomena menarik yaitu keterlibatan kaum muda dalam proses politik, yaitu adanya kelompok pemuda yang menamakan 'Teman Ahok'. Teman Ahok adalah sekelompok generasi milenial yang mengusung pecalonan Basuki Tjahaya Purnama sebagai Gubernur DKI Jakarta melalui jalur independen. Pola gerakan yang sangat massif melalui dunia maya menjadi ciri khas kelompok yang digerakkan kaum pemuda tersebut. Pada bulan Mei-Juni 2017 media social ada iklan yang dibuat oleh partai baru, yaitu Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang ketua DPP nya adalah seorang mahasiswi yang baru berusia 21 tahun Tsamara Amany. Tsamara mengkritik Politisi anggota DPR Hahri Famzah terkait kasus E-KTP dan Hak Angket KPK dan akhirnya menjadi viral di dunia maya. Sampai akhirnya diundang di media massa di acara Indonesian Lawyer Club (ILC) sebagai salah satu narasumbernya. Dari dua contoh peristiwa tersebut menggambarkan bagaimana munculnya komunikator politik mewakili generasi milenial.

Sering kita mendengar kata komunikator politik atau lebih familiar dengan sebutan sebagai politikus. Bahkan selama ini publik menganggap bahwa komunikator politik adalah bagi mereka yang berkecimpung dalam dunia politik saja. Sebagai contoh beberapa nama seperti Ruhut Sitompul, Jokowi, Prabowo, SBY, Anas Urbaningrum dan Megawati, tentu semua yakin bahwa mereka adalah komunikator politik. Berbeda ketika menyebut nama si fulan, bang Jali, bu Ijah, mpo Nori yang mungkin mereka dari berbagai profesi seperti pengusaha, pegawai, mahasiswa, tukang ojek, tukang sayur, tukang es cendol dan sebagainya.

Menurut buku komunikasi politik yang ditulis oleh Dan Nimmo (2001), ternyata kita semua termasuk komunikator politik, mulai dari suara keluhan tukang ojek terhadap kenaikan harga BBM, obrolan mahasiswa diruang kelas, sampai seorang presiden yang membuat kebijakan publik. Komunikator politik tidak hanya disandang oleh mereka yang mempunyai nama yang besar saja tetapi juga mereka yang tidak mempunyai nama sekalipun atau rakyat biasa. Tapi bagaimanapun juga mereka mempunyai wilayah dan kapasitas masing-masing sebagaimana profesi dan peran mereka di masyarakat.

Komunikasi politik adalah suatu proses penyampaian pesan-pesan politik yang berasal dari komunikator politik (*source, encoder, sender, actor*) sebagai pihak yang memulai dan mengarahkan suatu tindakan komunikasi. Lalu pesan-pesan tersebut ditujukan kepada khalayak (*receiver, komunikan*), dengan menggunakan media (*channel, saluran*) tertentu untuk mencapai sautu tujuan yang telah ditentukan (*political oriented*). Dalam sistem politik semua komponen-komponen tersebut merupakan proses atau kegiatan komunikasi politik yang merupakan input yang menentukan output daripada sistem politik.

Menurut Gurevitch dan Blumler (1977), menjelaskan bahwa dalam arti yang luas, komponen-komponen utama dari suatu sistem komunikasi politik ditemukan pada: (1) Lembaga-lembaga politik dalam aspek-aspek komunikasinya, (2) Institusi-institusi media dalam aspek-aspek

politiknya, (3) Orientasi khalayak terhadap komunikasi politik, (4) Aspek-aspek budaya politik yang relevan dengan komunikasi.

Sehingga sistem komunikasi politik dapat dilihat dalam dua perspektif, yaitu perangkat institusi politik dan organisasi media yang terlibat dalam persiapan pesan bagi interaksi yang lebih horizontal satu sama lain, sedangkan dalam arah yang vertikal institusi-institusi tadi baik secara terpisah maupun bersama-sama melakukan diseminasi dan pengolahan informasi dan gagasan dari dan untuk masyarakat.

KERANGKA TEORI

2.1 Komunikator Politik

Meskipun setiap orang boleh berkomunikasi tentang politik, namun yang melakukannya secara tetap dan berkesinambungan jumlahnya relatif sedikit. Walaupun sedikit, para komunikator politik ini memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Leonard W. Doob (Nimmo, 2001), mengklasifikasikan komunikator utama dalam politik sebagai politikus, profesional, dan aktivis. Para komunikator politik tersebut merupakan kombinasi dari beberapa unsur profesi dengan latar belakang yang berbeda. Dan bahan bakunya adalah dari masyarakat itu sendiri (rakyat). Menurut Socrates, keadilan (justice) merupakan tujuan politik yang layak. Ini disebabkan keadilan merupakan hal yang esensial bagi pemenuhan kecenderungan alamiah manusia. Menempatkan keadilan sebagai patokan tertinggi sama dengan memandang tujuan kehidupan politik sebagai aktualisasi bakat-bakat manusia. Baginya, keadilan ialah melaksanakan apa yang menjadi fungsi atau pekerjaannya sendiri sebaik-baiknya tanpa mencampuri fungsi atau pekerjaan orang lain (*the practice of minding one's own business*).

Fungsi setiap pihak dalam masyarakat ialah berupa apa yang ia sendiri dapat lakukan atau sesuatu yang dapat ia laksanakan secara lebih baik daripada mengerjakan hal yang lain. Dan setiap hal yang dikerjakan mengandung kebajikan (*virtue*) tersendiri. Yang menjadi patokan kebaikan ialah secara alamiah sangat sesuai, yakni kebajikan setiap hal untuk melakukan aktivitas apa saja secara baik yang sesuai dengan sifatnya.

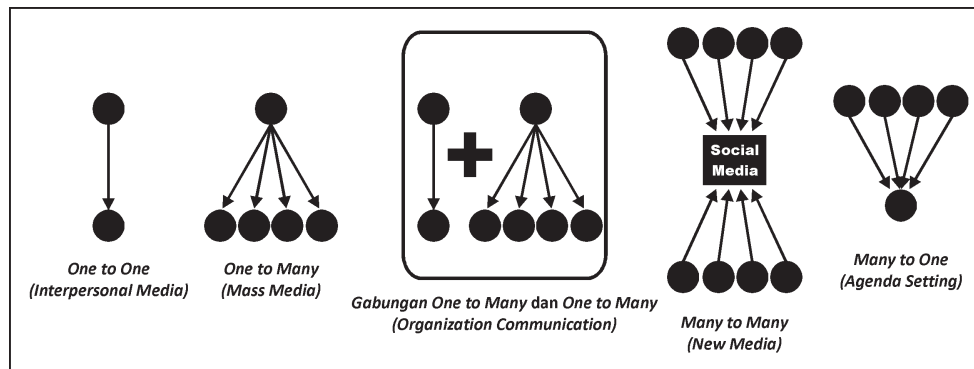
Berdasarkan asumsi tentang adanya kesejajaran antara cara hidup atau tipe manusia dan tipe masyarakat, Socrates (Surbakti, 1992) membedakan tipe manusia (jiwa manusia dan cara hidup) menjadi tiga, yaitu akal budi (*reason*), semangat (*spirit*), dan nafsu (*desire*). Ketiga bagian itu mencapai puncak kegiatannya apabila setiap bagian aktif secara penuh di bawah pengarahan akal budi. Lalu, keadilan akan terwujud dalam masyarakat apabila setiap individu (warga negara) melakukan secara baik apa saja yang sesuai dengan kemampuan dengan cara bekerja sama secara serasi diantara ketiga komponen tersebut. ketiganya di kontrol satu dengan lainnya untuk berfungsi secara keseimbangan, sehingga dapat memancarkan suatu nilai yang disebut 'kebijaksanaan'.

Dari tiga tipe tersebut, Socrates membagi masyarakat menjadi tiga kelas. Pertama, pedagang yang bekerja mencari uang sebanyak-banyaknya (nafsu). Kedua, prajurit yang bekerja memelihara tata masyarakat (semangat). Ketiga, filsuf yang berfungsi sebagai penguasa (akal budi). Menurut Socrates, suatu rezim atau masyarakat dikatakan adil manakala setiap kelas melaksanakan fungsi dan pekerjaannya secara maksimal dan bekerja sama secara harmonis di bawah pengarahannya raja/pemimpin filsuf yang bijaksana. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Plato dimana Negara harus dikuasai oleh para ahli pikir atau filsuf, sosok yang menurutnya mengerti persoalan secara benar dan tahu mana yang baik dan buruk. Karakter filsuf adalah dimana nafsu duniawi sudah dikendalikan oleh hati nurani, sudah tidak ada lagi motif (nafsu) untuk berkuasa (tahta), motivasi mengumpulkan harta dan hawa nafsu dunia lainnya yang tidak akan pernah habis. Apa yang dilakukan oleh manusia yang sudah mencapai tahap filsuf adalah bagaimana menerapkan kebaikan dan kebenaran (Shahreza dan El-yana, 2016).

Kita bisa melihat bagaimana latarbelakang politikus yang akhirnya tercermin pada gaya kepemimpinan, gaya komunikasi dan orientasi kerjanya. Sukarno berlatar belakang seorang akademisi (insinyur) dan pernah ikut militer juga (tentara PETA), kemampuan berbicara sebagai orator ulung tidak diragukan dimana setiap pidatonya mampu membakar massa, begitu pula dengan SBY yang bergelar Doktor merupakan perpaduan militer dan akademisi. Suharto latar belakang militer murni tercermin dengan penerapan pemerintahan yang di dominasi peran militer walaupun terkenal dengan sebutan *"The smiling general"*, Habibie adalah sipil dan ilmuwan yang seorang teknokrat (pemikir), walaupun ilmuwan tapi belum tentu menjadi seorang filsuf. Lalu ada yang berlatar belakang pengusaha (pedagang) seperti Yusuf Kalla dan Jokowi. Indonesia sudah sangat bervariasi dengan pernah munculnya sosok pemimpin dari kalangan 'ulama (ilmuan), yaitu Gus Dur dan juga keterwakilan perempuan Megawati yang mewarisi genetika politik dari ayahnya, sehingga komplis pengalaman berbagai karakter dan kepemimpinan dengan ciri khasnya masing-masing di Indonesia. Berbagai profesi akhirnya melebur masuk kepada kerangka kerja Politikus dimana harus berpikir secara makro terhadap masalah kenegaraan, kebangsaan dan kerakyatan secara menyeluruh. Selanjutnya ada juga yang menjadi profesional dan aktifis dimana ketiga peran ini merupakan komunikator politik.

2.2 Media Komunikasi Kontemporer

Komunikasi politik kekinian dapat juga kita lihat dari penggunaan media yang dipakai. Media komunikasi politik dapat dibagi menjadi lima jenis tergantung pada bagaimana komunikasi mengalir melalui media tersebut seperti model dibawah ini (Shahreza dan El-Yana, 2016):



Gambar 1. Model pola-pola media Komunikasi Politik

Penjelasan mengenai model-model tersebut merupakan dinamika yang terjadi dalam proses komunikasi politik di era digital. Dengan adanya ruang publik di media sosial antara tokoh politik, masyarakat, media massa bisa berinteraksi dari tahap komunikasi linear, sirkular dan intraksional terjadi melalui jalur media baru. Selanjutnya dibawah ini adalah penjelasan dari model saluran media tersebut diatas (Shahreza dan El-Yana, 2016):

Tabel 1. Penggunaan Media (saluran) dalam Komunikasi Politik

1. One to One (Interpersonal Media)	<ul style="list-style-type: none"> Dengan satu arah atau dua arah komunikasi, komunikasi tatap muka, lalu menggunakan perantara tokoh (pemuka masyarakat) atau <i>Opinion Leader</i> yang akhirnya diteruskan ke jaringan bawahan (masyarakat) dimana peran pengaruh dan kekuasaannya digunakan (<i>two flow step communication</i>). Dengan mendatangi langsung masyarakat (khalayak) dengan memangkas prosedural birokrasi. Bisa dikatakan dengan istilah kunjungan sampel (diambil dibeberapa tempat yang menjadi perwakilan dari populasi), ini bisa disebut dengan istilah "Turba" yang artinya turun kebawah atau dengan istilah "blusukan". Termasuk dengan penggunaan surat pribadi, telepon pribadi, dan saluran lain untuk melakukan korespodensi dan pembicaraan, seperti SMS, PO BOX, dan sebagainya.
2. One to Many (Mass Media)	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk pertama, yaitu secara langsung, seperti kandidat politik berbicara di depan rapat umum atau seperti seorang presiden muncul di depan khalayak besar reporter dalam konfrensi pers. Bentuk kedua, terjadi jika ada perantara ditempatkan antara komunikator dan khalayak. Akan terjadi satu arah, media, teknologi, sarana, dan alat komunikasi lainnya (buku, Surat kabar cetak, Televisi atau Radio). Contoh pidato kepresidenan yang disiarkan ke seluruh dunia melalui televisi.

- | | |
|--|--|
| 3. Gabungan One to One dan One to Many (Organization Communication) | <ul style="list-style-type: none">• Melakukan komunikasi atau diskusi antara pimpinan dan bawahannya. Seperti seorang presiden kepada staf, penasehat dan para mentri yang membawahi departemen.• Karena organisasi politik itu besar maka untuk melakukan <i>one to one</i> mustahil, maka dilakukan dengan sarana <i>one to many</i>, seperti: pengedaran memorandum, melakukan sidang rutin tahunan, bulletin, laporan berkala intern dan lokakarya. |
| 4. Many to Many (New Media) | <ul style="list-style-type: none">• Politisi, pejabat dan kandidat politik menggunakan jejaring komunikasi (<i>Network communication</i>) ke banyak arah.• Melalui media sosial banyak politisi atau kandidat politik memiliki akun <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i>, <i>youtube</i>, <i>blog</i> atau situs pribadi yang langsung dapat berinteraksi dengan khalayak banyak (<i>netizen</i>) dengan meng-follow, meng-add akun pribadi komunikator tersebut tersebut.• Para komunikator politik bisa ditemui di dunia maya oleh netizen, melakukan <i>update status</i> yang berisi gagasan, pandangan dan sikap dengan me-mention langsung ke tujuan, termasuk melakukan pembicaraan pribadi (<i>chat-rooms</i>), membuka <i>website</i> pribadi (<i>social media websites</i>) dan juga penggunaan aplikasi smart phone seperti <i>Black Berry Messenger</i> (BBM), <i>Whatsup</i> (WA), dan lain-lain, serta penggunaan group-group atau komunitas di media sosial dan aplikasi untuk melakukan kordinasi, menyebarkan informasi (<i>broadcast</i>), kadang media konvensional juga mengambil/mengutip status-status dari media sosial dan dipublikasikan dan sebagainya. |
| 5. Many to One (Agenda Setting) | <ul style="list-style-type: none">• Reputasi Politikus dimainkan oleh peran media massa dengan meluasnya minat masyarakat (opini publik).• Reputasi Politikus dinaikkan dan juga dijatuhkan (dikaburkan) melalui lambng-lambang yang beredar di media massa. Isu bisa sengaja dirancang (<i>framing</i>) atau dengan memanfaatkan momen kondisi kekurangan atau masa lalu kandidat yang negatif dengan melakukan <i>agenda setting</i> oleh media baik media tradisional ataupun media baru yang terkenal dengan istilah "<i>bullying</i>". |
-

Di era teknologi digital, interaksi antar aktor komunikasi politik tidak lagi dominan atas ke bawah namun juga bawah ke atas. Di zaman ini, partisipasi publik ikut berperan mengolah pesan-pesan politik. Media massa utama menjadi jembatan komunikasi, contohnya menyebarkan pesan-pesan dukungan kepada KPK di *Facebook* dengan nama Save KPK menjadi *trending topic* yang luas dan mendapat dukungan dan perhatian masyarakat baik secara nasional dan internasional. Hal ini ternyata dapat mempengaruhi sikap pemerintah pada kasus Bibit-Chandra sehingga

dengan alasan pertimbangan kemanusiaan dan memperhatikan kondisi pendapat umum di masyarakat kasus yang dianggap kriminalisasi tersebut dihentikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada tulisan ini adalah menggunakan studi literatur dengan menggunakan data sekunder dari berbagai buku teks, jurnal ilmiah lalu penulis melakukan kajian dan analisis sesuai kebutuhan tema tulisan. Teori yang dikemukakan oleh Strauss dan Howe merupakan asumsi yang sangat subjektif. Berdasarkan teori tersebut penulis akan mengadopsi teori Generasi dalam memahami komunikator politik di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Komunikator Politik Berdasarkan Generasi

Mengadopsi teori generasi yang dicetuskan oleh William Strauss dan Neil Howe dalam kajiannya mengenai identifikasi siklus generasi di Amerika Serikat. Strauss dan Howe (1991), menuliskan teori mengenai generasi ini dalam buku yang berjudul *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* (1991), yang menceritakan mengenai sejarah suksesi generasi anglo-American serta mengidentifikasi munculnya siklus generasi di sejarah Amerika Serikat. Strauss dan Howe mempublikasikan buku keduanya pada tahun 1993 yang berjudul *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?* yang menjelaskan generasi kelahiran 1961-1981 sebagai Gen-Xers disebut generasi ke-13 terhitung sejak Amerika Serikat resmi menjadi sebuah negara. Lalu pada 2000 Strauss dan Howe juga mengeluarkan sebuah buku dengan judul *Millennials Rising: The Next Generation* yang meneliti mengenai kepribadian mengenai Gen Y.

Sejak munculnya Teori Generasi (*Generation Theory*), kita diperkenalkan istilah *traditionalist*, *baby boomers*, generasi *X*, *Y*, *Z* dan *alpha*. Segala sesuatu terutama yang berhubungan dengan perilaku, gaya hidup, profesi, budaya yang sering dikaitkan dengan ciri-ciri dari generasi-generasi tersebut. Teori yang dikemukakan oleh Strauss dan Howe merupakan asumsi yang sangat subjektif. Dalam tulisan ini penulis akan mengadopsi teori Generasi dalam memahami khalayak politik di Indonesia. Dengan perspektif yang disesuaikan dengan sejarah dan budaya Indonesia, penulis membuat rentan waktu setiap generasi disesuaikan dengan kejadian-kejadian yang sangat berpengaruh kepada suatu generasi sesuai eranya. Harapannya akan menjadi jalan tengah agar antar generasi dapat saling memahami dan mengerti peran masing-masing generasi dalam dinamika politik yang terjadi. Sehingga peralihan kekuasaan antar generasi terjadi secara indah, ikhlas dan penuh kasih sayang. Generasi yang tua menyayangi yang muda, generasi muda menghormati yang tua. Tanpa ada kesan kudeta, permusuhan dan karena ambisi kekuasaan semata. Berdasarkan Teori Generasi ada enam (6) generasi yang lahir setelah perang dunia kedua dan berhubungan dengan masa kini, yaitu:

- a. **Traditionalist** (1928-1945), generasi yang lahir pada saat Perang Dunia I, dimana Indonesia masih dalam kondisi dijajah oleh Belanda dan Jepang, era dimana munculkan gerakan pemuda (Sumpah Pemuda) dan gerakan perserikatan organisasi secara nasional (Syarikat Islam, Budi Utomo, Muhammadiyah, Nahdatul Ulama dan sebagainya). Disebut juga era Proklamasi menandakan lahirnya Negara Kesatuan Indonesia, semangat perjuangan dan kemerdekaan.
- b. **Baby Boomer** (1946–1964), generasi yang lahir setelah Perang Dunia II yang dampaknya masih terasa dalam beberapa tahun di setiap negara terutama yang terlibat langsung. Era ini merupakan masa awal pertumbuhan politik, ditandai masih adanya gejolak pertentangan ideologi yang ingin dipakai di Negara yang baru saja lahir, seperti adanya pemberontakan Darul Islam (DI/TII) tahun 1949, Pemerintahan Revolusioner Republik Indonesia (PRRI)/Permesta tahun 1958, Partai Komunis Indonesia (PKI) tahun 1965. Pernah berbentuk Negara Federal terdiri dari beberapa Negara bagian, yaitu Republik Indonesia Serikat (RIS). Beberapa kali berubah kabinet pada saat masa pemerintahan parlementer. Generasi yang adaptif, mudah menerima dan menyesuaikan diri. Dianggap sebagai generasi yang mempunyai pengalaman hidup dalam dinamika perubahan politik yang cepat.
- c. **Generasi X** (1965-1976), generasi yang lahir di era ini terjadi peralihan kekuasaan dari Orde Lama ke Orde Baru. Di tandai dengan munculnya gerakan G 30 S PKI, lalu terjadi serah terima kekuasaan yang ditandai dengan penyerahan Surat Perintah Sebelas Maret (Supersemar) dari presiden Sukarno ke Letjen. Suharto. Pemerintahan Orde Baru menekankan stabilitas nasional demi lancarnya pembangunan. Pemerintahan yang konstan dengan gaya otoriter militer. Hal ini ditandai dengan adanya Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) dan Rencana Pembangunan Lima Belas Tahun (REPELITA) sebagai rujukan kerja Pemerintah. Kebebasan pers dan kebebasan berpendapat sangat terkekang, adanya Pemilu dengan hanya diperbolehkan di ikuti oleh dua partai politik dan satu golongan karya. Terlaksananya Pemilu pada masa ini hanya mengesankan seolah-olah menerapkan sistem demokrasi yang faktanya selama Orde Baru berkuasa hanya Golongan Karya yang boleh menang Pemilu, sehingga seluruh jabatan strategis politik hanya didominasi kekuatan penguasa pemenang Pemilu. Seluruh pegawai negeri sipil (PNS) wajib berbaju kuning dan berlambang pohon beringin.
- d. **Generasi Y** (1977-1998), Era ini adalah kelanjutan kekuasaan Orde Baru, namun akumulasi dari tekanan sistem otoriter akhirnya membuat suatu perlawanan mulai dari protes-protes perorangan. sampai dengan gerakan masal yang dipelopori mahasiswa dampak dari peristiwa penembakan mahasiswa trisakti tahun 1998. Mahasiswa dan beberapa unsur masyarakat bersama-sama berdemostrasi menuntut mundurnya presiden Suharto sebagai simbol atau representasi kekuatan Orde lama. Generasi yang lahir di era ini dikenal dengan sebutan generasi *millenial* atau *milenium*. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instan messaging* dan lahirnya media sosial di mulai dengan munculnya *Bulletin Board System* (BBS) pada tahun 1978.

- e. **Generasi Z** (1999-2012), ini disebut era Reformasi, setelah penggulingan kekuasaan Orde Baru. Era ini ditandai dengan kebebasan berpendapat dan pers. Partai baru bermunculan dan berjumlah sampai puluhan. Media massa mulai dari cetak, radio, dan terutama stasiun televisi bermunculan. Setiap orang diberikan ruang untuk mengkritisi pemerintah. Banyak undang-undang atau peraturan pemerintah yang bersifat otoriter di rubah menjadi lebih demokratis. Generasi yang lahir pada era ini disebut juga *i Generation*, generasi *net* atau generasi internet. Mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti *nge-tweet* menggunakan *smartphone*, *browsing* dengan *Personal Computer* (PC), dan mendengarkan musik menggunakan *headset* sambil sibuk sendiri dengan *gadget*-nya sendiri, fenomena ini disebut dengan istilah '*Phubbing*', Phub (verb)-slang, Phub adalah bentukan kata dari ph(one)+Snub: *to ignore (a person or one's surroundings) when in social situation by busying oneself with a phone or other mobile device: Hey, are you phubbing me? I hate to see a mother wheeling a stroller while phubbing her baby.* Pelakunya disebut '*Phubber*' (www.dictionary.com). Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.
- f. **Generasi Alpha** (2013-2025), di era ini ada fenomena baru yang muncul dengan munculnya tokoh-tokoh yang berbeda dan baru. Seperti suatu produk, konsumen pasti akan sangat penasaran dengan sesuatu yang baru, unik dan berbeda dari yang ada, contoh kata kunci '*blusukan*' jadi *trend* dan menular ke politikus lainnya. Maka Kekuatan media semakin nyata dalam pembentukan citra (*image*) tokoh politik dan menggiring opini publik. Opini publik bisa sangat ditakuti oleh penguasa. Setelah sekian lama dalam kekuasaan otoriter dan banyak pemimpin, birokrat yang terkena kasus hukum menjadikan dinamika politik lebih cair. Transparansi, kredibilitas, integritas dan kompetensi menjadi tuntutan masyarakat dalam memilih pemimpinnya baik legislatif dan eksekutif. Generasi yang lahir sesudah generasi Z, lahir dari generasi X akhir dan Y. Generasi yang sangat terdidik karena masuk sekolah lebih awal dan banyak belajar, rata-rata miliki orang tua yang dengan tingkat perekonomian yang sudah mapan, terdidik dan menguasai berbagai teknologi elektronik dan komunikasi.

Partisipasi rakyat di suatu negara terhadap peristiwa politik ditandai dari keterlibatannya dalam pesta rakyat (*election*) dan melaksanakan kebijakan pemerintah. Karakteristik khalayak politik berdasarkan generasi sangat berpengaruh dalam menentukan berhasil atau tidaknya para kandidat dalam Pemilihan umum. Pengaturan strategi kampanye harus benar-benar diperhitungkan terkait komposisi pemilih berdasarkan sebaran tipe generasi yang mempunyai suara dalam pemilihan. Maka tulisan ini akan membahas karakteristik komunikator politik dan khalayak komunikasi politik berdasarkan tipe generasinya. Kajian komunikasi antar generasi juga menjadi studi yang menarik. Komunikasi politik generasi ke generasi (antar generasi): contoh peristiwa penculikan Sukarno oleh para pemuda sebelum hari Proklamasi di Regas Dengklok,

gerakan angkatan 66 (*baby boomers*) melawan Orba (elit dominan *tradisionalist*), peristiwa Malari tahun 1974 (generasi x) melawan Orba (*baby boomers*), gerakan angkatan 98 (generasi x) yang melakukan perlawanan terhadap rezim Orba (*baby boomers*). Bisa jadi suatu generasi berpotensi akan menjadi oposisi dengan generasi lainnya. Lalu kita juga bisa melihat bagaimana pola komunikasi antar generasi di Partai Politik, di Parlemen (DPR) atau di kabinet pemerintah. Secara umum senior akan meremehkan juniornya dan junior akan sungkan kepada seniornya. Gap antara generasi muda dan tua di sebuah partai berpotensi terjadinya perpecahan seperti kasus Partai Golkar dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) tahun 2014.

Generasi *tradisionalist*, untuk saat ini (2017) mereka adalah yang paling senior. Dengan pengalaman hidup yang sudah panjang dan paripurna, begitupun dengan tokoh dan politikus yang sudah mempunyai jam terbang yang banyak di dunia politik. Mereka menjadi panutan namun dan disegani baik di kalangan elit maupun di masyarakat umum. Tokoh yang tergolong generasi ini contohnya seperti, BJ. Habibie (1936), termasuk Jusuf Kalla (1942) dan lainnya rekan seangkatan mereka. Generasi *baby boomers* adalah generasi yang hari ini (sejak era reformasi s/ d 2016) merupakan generasi yang mewarnai elit dan politik di Indonesia, mereka merasakan dua rezim kepemimpinan Orde lama era presiden Sukarno (1901), Orde Baru Suharto (1921), keduanya era sebelum *tradisionalist*. Saat ini yang termasuk generasi ini diantaranya seperti Megawati (1947), Prabowo (1951), Wiranto, SBY (1949), termasuk Jokowi (1951). Sedangkan para pemilih atau masyarakat berdasarkan data BPS di dominasi oleh generasi X dan Y sebagai data dominan di daftar pemilih tetap. Maka perbedaan generasi ini dalam hal politik perlu kiat dan strategi khusus dari elit atau politikus kepada generasi X dan Y sesuai dengan karakter dan latar belakangnya. Tokoh atau politikus di tahun 2016 merupakan era terakhir mereka meraih atau mempertahankan karier, kedudukan dan kekuasaan.

Generasi X pada saat ini (2017) berumur antara 41-52 tahun. mereka adalah generasi transisi peralihan, perlahan-lahan mulai masuk pada jajaran elit puncak di Indonesia, sebut saja mereka adalah Anas Urbaningrum (1969), Basuki Tjahaya Purnama (1966), Anas Baswedan (1969), Muhammad Nazarudin (1978), Angelena Sondak (1977), dan seterusnya. Umur 40 tahun merupakan umur dimana secara biologis masa puncak pematangan fisik terutama bagian depan otak manusia yang disebut *prefrontal Cortex*, yaitu bagian otak yang letaknya tepat dibelakang dahi (jidat) dan mempengaruhi tingkah laku manusia. Ahli Saraf Joseph deLoux menemukan bahwa daerah prefrontal berperan dalam menata dan meredam emosi dan manusia, rusaknya bagian kiri membuat mudah cemas dan rasa takut yang hebat, rusak bagian kanan akan menjadi kelewat 'ceria'. Kerusakan di bagian ini misalnya cidera, tumor akan menimbulkan gangguan pada tingkah lakunya. Adrian Raine (guru besar psikolog Universitas Suthern California) penelitian 38 otak pria dan wanita, dengan alat PET (Positron Emission Tomography) kerusakan pada daerah ini karena cidera, trauma lahir, atau luka-luka di kepala, akan membuat anak dari keluarga baik-baik melakukan perbuatan criminal yan tercela (Paisak, 2004: 233-234), dan penelitian terkini oleh Prof. Sarah Jayne Blakemore ahli syaraf (University College London), berdasarkan penelitiannya

memaparkan bahwa prefrontal cortex mengalami perkembangan paling lama mulai dari anak-anak sampai umur antara 30 s/d 40 tahun (<http://www.icn.ucl.ac.uk>).

Secara pengalaman intelektual, emosional, dan spiritual pada umumnya mulai matang dan telah memetik buah pelajaran dan hikmah selama hidupnya. Mereka akan berpikir lebih serius mengenai kehidupan, berkeluarga, keamanan dalam hal perekonomian dan juga muncul kepedulian atau ambisi dengan masalah politik. Bisa kita amati bahwa ada kecendrungan setelah sukses menjadi pengusaha, mencapai puncak karier dan profesi apa saja, akhirnya terjun ke dunia politik, mulai dari mendirikan Partai baru, ikut mencalonkan diri sebagai kandidat politik (eksekutif atau legislatif), dan seterusnya. Kalaupun ada yang setelah umur 40 tahun tetap tidak berubah bahkan semakin menyimpang dari azas kenormalan, kelayakan, berarti bisa karena beberapa faktor termasuk asupan pendidikan, lingkungan, dan peristiwa yang dirasakan penting oleh manusia. Bila tidak ada transformasi dari negatif ke positif dikhawatirkan tabiat buruk manusia itu akan selalu melekat walaupun sudah melewati umur 40 tahun. Menurut penulis kurang lebih mulai umur 40 tahun seharusnya

Generasi Y atau disebut generasi milenial (kelahiran 1977-1998) berumur 19 s/d 39 tahun, mereka mempunyai pola tingkah laku berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka adalah generasi yang bertumbuh dengan keleluasaan informasi. Mereka sadar gaya hidup sekaligus lebih peduli sesama. Dalam *Digital Culture and Religion in Asia*, Sam Han dan Kamaludeen Mohamed Nasir menyebutkan bahwa generasi milenial ini lebih liberal dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka peduli dengan sesama. Inilah generasi yang bisa berpindah pekerjaan karena merasa tak sesuai dengan jiwanya dalam preferensi politik mereka lebih rasional, mempertimbangkan dengan rasio, logika, dan mempunyai keleluasaan mengakses informasi secara mandiri, misalnya melalui dunia maya untuk menentukan pilihan politiknya. Sebagai contoh apa yang terjadi dengan keberhasilan Barack Obama pada dua kali pemilihan di AS. Presiden kulit hitam pertama itu mengantongi 66 persen dan John McCain hanya 23 persen pada jajak pendapat 2008. Itu adalah hitung-hitungan untuk usia di bawah 30 tahun. Perolehan untuk pemilih di atas 30 tahun adalah 51-49 persen. Selama empat dekade, belum pernah terjadi perbedaan angka antara pemilih muda dan pemilih senior yang begitu jauh (kompas, 21 Maret 2016). Hal ini bisa jadi karena cara kampanye dan pendekatan Barack Obama dengan menggunakan jaringan sosial media seperti *facebook*, *twitter*, yang memang digandrungi oleh generasi Y (milenial). Meskipun komunikasi tatap muka masih merupakan strategi yang ampuh, namun kecepatan penyebaran informasi tidak ada yang lebih cepat dari kecepatan jaringan internet yang menggunakan teknologi satelit, sehingga komunikasi antar benua pun bisa hitungan detik dengan umpan balik yang relatif cepat.

Pesta demokrasi rakyat di Indonesia terjadi tiap lima tahun sekali. dan bila diprediksi dua Pemilu kedepan yaitu tahun 2019 dan 2024 dengan perkembangan usia setiap generasi seperti dibawah ini:

Tabel 2. Prediksi Perkembangan data demografi Pemilu

Generasi	Kelahiran	Umur (Tahun)		
		2014	2019	2024
Traditionalist	1928 - 1945	69-86	74-91	79-96
Baby Boomers	1946 - 1964	50-68	55-73	60-78
Generasi X	1965 - 1976	38-49	43-54	48-59
Generasi Y	1977 - 1998	16-37	21-42	26-47
Generasi Z	1999 - 2012	2-15	7-20	12-25
Generasi Alpha	2013 - 2025	1	6	11

Berdasarkan data diatas, secara aktor politik generasi *tradisonalist* pada pemilu 2019 adalah purna waktu, dan keterlibatannya sudah semakin kecil. *Baby boomers* pada pemillu 2019 dan 2024 berumur antara 55 s/d 78, dikalangan birokrat dan pegawai negeri ini adalah usia pensiun, namun tidak bagi jabatan politik bisa bebas asalkan masih dalam kondisi sehat jasmani dan rohani. Generasi X pada pemilu 2019 dan 2024 berumur antara 43 s/d 59 merupakan peralihan kepemimpinan politik, mereka akan mendominasi di elit dan birokrat. Generasi Y pada pemilu 2019 dan 2024 berumur antara 21 s/d 47 memasuki usia menjelang dewasa dan merupakan masa transisi keminatan, kepedulian di dunia politik, mungkin sebagian kecil sudah terjun ke dunia politik. Lalu generasi Z generasi remaja menuju dewasa di mana masih usia sekolah dalam proses belajar dan mencari tahu jati diri, mereka sebagai “pemilih pemula” dalam Pemilu 2019 dan 2024. Generasi *Alpha* adalah generasi anak-anak yang belum memahami masalah politik.

Selanjutnya gambaran generasi pada khalayak komunikasi politik. Maka gambarannya berdasarkan bonus demografi diprediksi akan terjadi antara tahun 2020 s/d 2030, maka diambil tahun 2025 sebagai representasi dari era bonus demografi adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Struktur usia penduduk Indonesia tahun 2025

Generasi	Usia	Jumlah (000)	Persentase
<i>Traditionalist</i>	80-97	6,133	2.15%
<i>Baby Boomers</i>	61-79	27,562	9.65%
Generasi X	49-60	32,703	11.45%
Generasi Y	27-48	81,057	28.39%
Generasi Z	13-26	68,068	23.84%
Generasi <i>Alpha</i>	0-12	69,996	24.52%

Sumber: **Data diolah berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) diperkirakan struktur usia penduduk Indonesia pada saat bonus demografi di Indonesia tahun 2025 (BPS, 2013).**

Menurut data prediksi bonus demografi 2025 dikaitkan teori generasi bisa dilihat dari komposisi yang mempunyai hak memberikan suara di dominasi oleh generasi Y, dan sebagian generasi Z (karena masih termasuk umur di bawah 17 tahun), lalu generasi X dan terakhir *baby boomers*. Bonus demografi adalah fenomena meningkatnya jumlah usia produktif sehingga penduduk Indonesia akan didominasi oleh usia produktif. Presiden Jokowi menjelaskan tentang bonus demograf sebagai berikut: “Di mana penduduk dengan umur produktif jumlahnya sangat besar, sementara usia muda dan lanjut tidak banyak,” Pemerintah Indonesia memprediksi, jumlah penduduk usia produktif atau dapat disebut usia angkatan kerja mendominasi hingga 70 persen. Sedangkan 30 persen merupakan penduduk usia muda dan lanjut usia. “Jumlah usia angkatan kerja mencapai 70 persen. Sedangkan sisanya 30 persen adalah penduduk di bawah usia 15 tahun dan di atas 65 tahun,” sumber: kependudukan.jogjapro.go.id (1/8/2015). Bila kita lihat usia kerja yang dimaksud adalah mulai dari generasi X, Y dan Z. begitu pula dengan merujuk data dari BPS, demikian pula terkait partisipasi dalam dunia politik, mulai sebagai pemberi suara, simpatisan, sampai terlibat langsung sebagai aktor politik. Namun, generasi X dan Y yang murni terkait dunia politik karena berdasarkan data generasi Z masih ada yang dibawah 17 tahun.

Selanjutnya berdasarkan tahun kelahiran maka dapat digambarkan kondisi generasi berkaitan dengan pengaruh kondisi dan sistem politik di Indonesia dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. Generasi Politik di Indonesia Mengadopsi Teori Generasi

Kelahiran	Generasi	Situasi Politik	Pengaruh Teknologi (<i>Iconic Technology</i>)
1928-1945	<i>Traditionalist</i>	Pra kemerdekaan, semangat perjuangan, kemerdekaan, kebangsaan, persatuan tumbuh, perlawanan terhadap penindasan penjajahan. Persaingan dasar ideologi negara tumbuh dan berkembang.	Media cetak (koran, majalah: visual), radio (Wairless): Audio, <i>motor vehicle, Aircraft</i> , surat tulis tangan,), <i>Gramophone</i> (piringan hitam: alat yang mempunyai pena yang bergetar untuk menghasilkan bunyi dari sebuah <i>disc</i> .
1946-1964	<i>Baby Boomers</i>	Era kemerdekaan, berakhirnya perang dunia ke 2 dengan dibomnya kota Hiroshima dan Nagasaki (Jepang) oleh Amerika, mencari-cari format yang pas sistem pemerintahan, pola yang berubah-ubah, parlementer-	TV (1956): <i>Audio Visual</i> , Transistor Radio (1955). <i>Audio Cassette</i> (1962). Kantor pos sarana penting mengirim surat (pesan tertulis), Telephon (<i>fixed line</i>).

		presidential, disebut sebagai Orde lama (Demokrasi Terpimpin). Tiga ideologi besar: Nasionalis, Agama, Komunis. Tidak ada kebebasan pers. Ketua MPR, MA sebagai menteri.	
1965-1976	Generasi X	Era orde baru, tampil sebagai penyelamat dari Kudeta gagal G 30 S PKI (misterius), menamakan diri era Pembangunan. Masa-masa bulan madu Orde Baru (Demokrasi Pancasila). Membatasi kegiatan politik, semua Partai politik harus berideologi Pancasila.	VCR (1976), Walkman (1979), IBM PC (1981). Telephon koin, Warung telekomunikasi (Wartel).
1977-1998	Generasi Y	Kelanjutan babak era Orde Baru kepemimpinan otoriter dengan pendekatan militer, kendali penuh pemerintah dengan tujuan stabilitas nasional, tidak adanya kebebasan pers, pola tiga partai yang di dominasi partai tunggal Golkar sebagai penyokong pemerintah, krisis moneter.	Radio panggil satu arah (<i>pager</i>), <i>Handphone</i> (Hp)/ <i>telephon</i> selular/ <i>Mobile</i> , <i>Laptop/ Netbook</i> (komputer jinjing), <i>Internet</i> , <i>email</i> , SMS, CD, VCD, DVD (1995), <i>Playstation</i> , Xbox, MP3 player, IPod. Warung internet (Warnet).
1999-2010	Generasi Z	Era Reformasi, terbukanya keran demokrasi, kebebasan berpendapat, bermunculan banyak partai. Partai PDIP pemenang Pemilu yang selama ini selalu di posisi terbawah.	Multi media dan teknologi <i>touch screen</i> , <i>Macbook</i> , <i>IPad</i> , <i>Google</i> , <i>Social media</i> , <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , <i>youtube</i> , <i>Playstation</i> (PS3), <i>Blackberry Messenger</i> (BBM), <i>Android</i> , <i>Smart phone</i> , <i>game online</i> .
2011-2025	Generasi Alfa	Berkembangnya konsultan politik, <i>marketing</i> politik dan <i>Public Relations</i> politik, era dominasi peran media. <i>Personal & political branding</i> , Kekuasaan Media, dan era digital, internet, media sosial sebagai saluran komunikasi politik. Kekuatan opini publik, opini netizen.	<i>Trend social</i> melalui <i>smart phone</i> , <i>tablet</i> : <i>Whatsup</i> , <i>instragram</i> , <i>Path</i> , <i>Line</i> , <i>google glass</i> , <i>graphene</i> , <i>nano-computing</i> , <i>3-D printing</i> , <i>driverless cars</i> , Dan teknologi inovasi lainnya yang terus berkembang.

Poin-poin penting berdasarkan penjelasan tabel 4.6 adalah: 1) kurang lebih umur 40 s/d 60 mendominasi elite opinion, 2) aktifis di dominasi oleh pemuda, mahasiswa 17 s/d 30 contoh setiap era semua gerakan mahasiswa terjadi tapi setelah menjadi pejabat terjadi perubahan dari paradigmanya (transformasi aktifis ke pejabat / birokrat), idealism mulai luntur dan lebih kepada pragmatism. 3) komposisi generasi di DPR, kabinet, hari ini (2016) masih di dominasi generasi baby boomers, dan generasi X. 3) khalayak komunikasi politik berdasarkan generasi sangat terpengaruh dengan situasi politik di zamannya tumbuh dan berkembang dan teknologi komunikasi yang digunakan. Kajian generasi ini diharapkan dapat berkembang dan digali fenomena-fenomena, konflik antar generasi dalam perspektif komunikasi politik. Sebagai contohnya penelitian *longitudinal* komunikasi politik SBY dalam kajian pola komunikasi pada Pilpres 2004 dan pilpres 2009 dimana beliau selalu menang, bagaimana pola dan strategi komunikasi kepada generasi X dan Y, dan sebagainya.

KESIMPULAN

Komunikator politik secara garis besar merupakan unsur-unsur yang terdiri dari politikus yang merupakan orang yang terlibat dalam politik praktis, lalu adanya profesional yang bergerak dalam dunia politik memang menjadi sumber pendapatan dan adanya aktifis yang merupakan gerakan bisa dikatakan tanpa pamrih. Sekalipun pada realitanya teori bisa bertolak belakang dengan fakta empiris yang lebih bersifat pragmatis. Komunikator politik dilihat dari perspektif teori generasi sama halnya dengan khalayak komunikasi politik berdasarkan generasi mulai dari tradisional, baby boomers, x, y, z dan generasi alpha. Setiap generasi dibatasi oleh waktu masanya sendiri. Ada umur produktif mulai remaja sampai usia pensiun, dari sisi kekuatan fisik semakin senior semakin terbatas namun mereka mempunyai pengalaman hidup yang lebih banyak dari pada generasi muda yang memiliki fisik kuat dan semangat yang tinggi. Sejarah sudah membuktikan pada saat generasi tua (senior) yang memiliki banyak pertimbangan selalu di dorong oleh generasi muda (junior) yang memiliki semangat yang tinggi. Dua generasi akan saling melengkapi, berkolaborasi, berposisi sehingga dalam dunia politik kembali kepada kepentingan yang menyatukan atau memisahkan mereka.

Merupakan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, yang memberikan pernyataan bahwa apa yang tertera dalam bagian "Pendahuluan" memiliki hubungan dengan "Hasil dan Pembahasan" (Ahmad & Hooper, 2007). Selain itu, dapat juga ditambahkan prospek pengembangan hasil penelitian dan prospek penerapan studi lanjut di masa yang akan datang (berdasarkan hasil dan pembahasan).

REFERENSI

- Lasswell, Harold D. dan Abraham Kaplan. 2013. *Power and Society: A Framework for Political Inquiry*. Transaction Publishers.
- Lippmann, Walter. 1998. *Opini Umum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- McNair, Brian. 2003. *An Introduction to Political Communication (Communication and Society)*. Routledge.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Komunikasi Politik, Politik Komunikasi: Membedah Visi Dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimien. 1990. *Komunikasi Politik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Terjemahan oleh Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pasiak, Taufiq. 2004. *Revolusi IQ/EQ/SQ: Menyingkap Rahasia Kecerdasan Berdasarkan Quran dan Teori Neurosains Mutakhir*. Bandung: PT. Mizan Publika.
- Shahreza, Mirza dan Korry El-Yana. 2016. *Etika Komunikasi Politik*. Tangerang: Indigomedia.
- Soemarno. 1989. *Dimensi-Dimensi Komunikasi Politik*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____. 2009. *Materi Pokok Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Strauss, William dan Neil Howe. 1991. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. William Morrow & Co.
- _____. 1993. *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?* Vintage.
- _____. 2000. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.

Sumber Internet

www.dictionary.com

<http://kependudukan.jogjaprovo.go.id/>

<http://kpk.go.id/>